manuales de capacitación **en radio popular**

la entrevista

1





Manual de Capacitación Nº1

la entrevista



Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica



Reelaboración presente edición
El Culebrón Timbal I Productora Escuela Cultural Comunitaria
Producción: César Baldoni, Pablo Carballo, Diego Jaimes
Diseño Gráfico: Nahuel Croza
Ilustraciones: Emilio Utrera

Apoyo Edición
Angélica Rosas
Ivonne Pico
Mónica Delgado
Edgard Lazo
Néstor Busso

Impresión
Mantra Editores - Quito / Ecuador

manuales de capacitación **en radio popular**

la **entrevista**



1

Para Presentarlos

Porque aunque parece que ya los conocen y es cierto, también es cierto que no los conocen. Entonces, vale la pena una presentación.

Así es. Se trata nuevamente de los conocidos Manuales de Capacitación de ALER. Sí. Después de los años de reflexión, debate, autocrítica y re-creación que trajo consigo el nuevo siglo, las voces pidiendo materiales para apoyar la práctica radiofónica diaria se multiplicaron. La expresión de la necesidad de contar con material impreso útil para mejorar el trabajo de producción y programación aparecía en todos los espacios: talleres, reuniones, visitas, asesorías.

Entonces nos decidimos y recuperamos la tradición. Volvimos a la primera serie de Manuales de ALER, elegimos de todos, ocho. Los ocho que encontramos de mayor utilidad en la práctica diaria de las radios. Aquí están. La cuestión es que son y no son.

Son, porque hemos partido de ellos, de sus contenidos básicos, de su formato básico, de su estructura básica. Es decir, hemos partido de la tradición y la herencia que hemos recibido, valiosa herencia. Pero como los tiempos cambian y cambió la época, hemos hecho un esfuerzo importante por actualizarlos en sus contenidos, en su formato, en su estructura y también en su gráfica.

Por eso, son los conocidos Manuales de ALER, pero hay que hacer un ejercicio de re-conocimiento situándonos hoy, en nuestros contextos y en nuestras radios. Con certeza la familiaridad histórica de nuestra gente de radio con estos manuales hará que rápidamente se apropien de la nueva versión. Tenemos la certeza de que serán muy útiles y eso, precisamente, es lo que buscamos.

¡Que se los apropien y los disfruten!

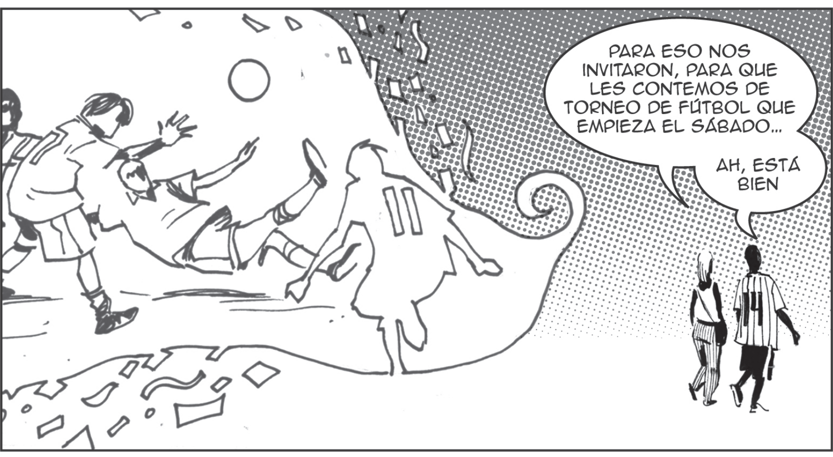
NELSY LIZARAZO
SECRETARIA EJECUTIVA
ALER

VAMOS, UN POCO MÁS RÁPIDO...
¿ESTAMOS LLEGANDO TARDE?
ESTAMOS JUSTOS, NOS ESPERAN PUNTUAL...

¿QUÉ QUIERE DECIR CON ESO DE LA VOZ DE LOS SIN VOZ?
"Y ASÍ DAMOS COMIENZO A LA PROGRAMACIÓN DE FM DEL CERRO, LA VOZ DE LOS SIN VOZ, LA RADIO QUE..."

¿ES UNA RADIO PARA GENTE CON PROBLEMAS? ¿GENTE MUDA?¿CÓMO HACEN PARA HABLAR EN RADIO?
NO, NO... NO ESTÁS ENTENDIENDO...

Y, SI NO TIENEN VOZ, ¿CÓMO HACEN...?¿NO VAMOS A PODER HABLAR AHORA EN...?
CLARO QUE VAMOS A PODER HABLAR







Durante mucho tiempo, las comunicadoras y los comunicadores latinoamericanos nos embarcamos en una misión indiscutible: ser "la voz de los sin voz". Con las mejores intenciones, en momentos de grandes cambios políticos y sociales en América Latina, nos propusimos dar lugar en los medios a las voces de millones de habitantes en el continente que se encuentran marginados, excluidos, empobrecidos.

La Iglesia latinoamericana, incluso, se manifestó públicamente comprometida con la "Opción por los Pobres", a través de los documentos de Medellín y Puebla. Estos enunciados inspiraron a un sinnúmero de experiencias de radio, educación y comunicación popular.

Con el tiempo, **nos fuimos dando cuenta que en realidad no era que los excluidos y empobrecidos no tenían voz, sino que esa voz estaba siendo silenciada, acallada, amordazada**. Y muchas veces, nuestras propias emisoras, con las mejores intenciones y los discursos más elaborados, **cometíamos el error de ponernos por delante de la palabra de los protagonistas**. Incluso aún nos pasa.


"LARGA MUCHACHO TU VOZ JOVEN / COMO LARGA LA LUZ EL SOL..."
CHAU, HASTA LUEGO...
¡QUÉ BIEN! QUÉ BUENA ONDA LA GENTE DE LA RADIO. ¡QUÉ BUENA VOZ TIENE EL LOCUTOR! ¡TANTAS VECES ESCUCHÁNDOLO Y AHORA LO CONOCÍ, POR FIN!
¿A TÍ QUÉ TE PASA? ¿ALGÚN PROBLEMA?


¿NO TE DISTE CUENTA? ÉL FUE EL ÚNICO QUE HABLÓ
DE LAS BONDADES QUE TIENEN LOS JÓVENES DEL BARRIO, QUE SE JUNTAN PARA ORGANIZAR ACTIVIDADES COMUNITARIAS, QUE ESO FAVORECE NO SÉ QUÉ COSA DE LA CONCIENCIA DE LAS MASAS, Y NO SÉ CUANTO PALABRERÍO MÁS.
¡NO DIJIMOS NI EL LUGAR DONDE SE JUEGA EL TORNEO, NI LA HORA, NI NUESTROS DATOS PARA INSCRIBIRSE!


PERO...¡SALIMOS EN LA RADIO! ¿NO TE ALEGRA?
MEJOR QUE HAYAMOS SALIDO "DE" LA RADIO. NO AGUANTABA MÁS...


...HAGAMOS UNOS PAPELES IMPRESOS Y REPARTAMOS CASA POR CASA.


"...HOMBRES DE HIERRO, QUE NO ESCUCHAN LA VOZ..."

¿Pueblo sin voz? ¿comunicadores sin oídos?



La voz del pueblo es una construcción colectiva. Se genera cada día, en el diálogo, en el intercambio de opiniones, en la formación, en la calle, en todos los ámbitos de la vida social. No hay una voz que tengamos que ir a buscar. Somos todas y todos nosotros, los que hacemos que la voz del pueblo tenga sentido.

Basta con recorrer cualquier barrio o pueblo de nuestra América Latina y escuchar los vallenatos, chamamés, cumbias, rancheras, tangos, sambas, pasillos y tantas otras músicas a través de las cuales el pueblo sabe expresarse y muy bien.

Lo que falta es que esas voces, opiniones y ritmos tengan espacios, canales y medios donde expresarse y dialoguen con otras voces, iguales y diferentes. Y nuestras radios pueden ser ese escenario para el intercambio y el diálogo ciudadano, haciendo posible una construcción democrática participativa.

La palabra no es neutral

En nuestra vida cotidiana, en la calle, en el mercado, en el hogar, podemos escuchar infinidad de conversaciones sobre los más variados temas. El problema es que muchas veces, estas conversaciones hablan de lo que se lee en la tapa del diario de mayor tirada, o en el programa de la radio comercial –¡y de algunas comunitarias!–, o en el programa de TV donde está el periodista más famoso. Y pocas veces allí aparecen los temas y problemas que afectan al pueblo desde otro punto de vista.

Si se habla de inflación, no se informa sobre cómo impactará en el bolsillo de una familia empobrecida. Si se habla de lo mal que está el tránsito, no se menciona que los principales afectados son los trabajadores y trabajadoras, que gastan muchas horas del día en viajar. Y rara vez se da el micrófono a los ciudadanos y ciudadanas de a pie, salvo cuando la situación se sale de madre y ocurre un accidente, o un hecho de violencia.

Por eso es importante que tomemos como una tarea importante la construcción de esa voz colectiva, con nuevos públicos o nuevas audiencias.

La vida cotidiana de nuestros pueblos no es noticia salvo cuando hay un delito, una situación insólita o una catástrofe. Para nosotros, el día a día es muy importante: vale la pena que pase por los micrófonos de nuestras radios.

RARA VEZ LA VOZ DEL PUEBLO TIENE LUGAR EN LOS GRANDES MEDIOS. LA ENTREVISTA ES UN FORMATO QUE SIRVE DE MUCHO PARA CONOCER QUÉ PIENSA LA GENTE COMÚN SOBRE LA REALIDAD DE TODOS LOS DÍAS.





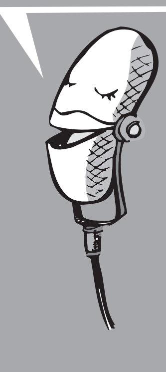
¡UPS!

En busca de nuestro propio idioma

Desde que los españoles llegaron a América Latina a “encontrarse” –millones de muertes de por medio– con los pobladores originarios de estas tierras, impusieron su propio idioma: el idioma del conquistador, que es el español. El mismo, incluso, que estamos hablando en este manual. Sin embargo, los pueblos han sabido apropiarse y dar otro sentido a la lengua

¿Y no era que estábamos en la “Aldea Global”?

Sí, es global, pero ese globo no es igual para todos y todas. No todas las personas cuentan con los mismos medios y recursos para poder expresarse en los medios de comunicación, dada su condición económica, social y cultural o simplemente al interés de que sus ideas sean conocidas.
Solamente uno de cada cuatro pobladores de este mundo, por ejemplo, tiene acceso a Internet y las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs). Se habla incluso de “exclusión digital”. Las palabras no salen y llegan para todos igual.





Ya sé, los medios son el "cuarto poder"...

En realidad, hoy son más que eso. **Los medios (masivos) son grandes empresas** que a nivel mundial cuentan con canales de TV abierta y cable, radios, diarios, periódicos, revistas, servicios de Internet, espectáculos, sellos musicales, editoriales de libros... y muchas cosas más. Esto les da un gran poder para decidir quién habla, quién no, de qué tema hablar y hasta dónde se habla. Definen agendas. Para legitimar o deslegitimar.
Entonces, **tienen la capacidad de decidir a quiénes colocan en la vida cotidiana de la gente**, en la pantalla de su televisor, en el aire de los parlantes de la radio, en la mesa de la oficina a través del diario... ¿cuántas veces al día vemos al pueblo opinar allí?

¿Y entonces...? ¿ese poder es irreversible?

¡Claro que no! Esto lo demuestran muchas experiencias de medios populares y comunitarios, que todos los días ofrecen formas diferentes de contar la realidad, desde una visión popular, yendo allí donde las noticias suceden, invitando, convocando a todas las voces sin exclusión. A los trabajadores y trabajadoras, los desocupados, los migrantes, los integrantes de las organizaciones de la sociedad civil, los pueblos originarios, los ciudadanos y ciudadanas de a pie... para encontrarse y dialogar entre ellas, desde su vida diaria. Y tratando de poner en relación sus voces con las de las autoridades, con los que tienen responsabilidad por haber sido elegidos, con otros sectores sociales involucrados como los empresarios...
No tenemos que creer que nosotros y nosotras siempre somos quienes tenemos la razón y los otros son "los malos de la película".

En busca del diálogo

TENEMOS VOZ. QUÉ DUDA CABE. HAY QUE BUSCARLA. CONSTRUIRLA ENTRE TODOS Y TODAS...

...DARLA A CONOCER. ¡HACERLA PÚBLICA! ¡ES NUESTRA VOZ!

Los medios masivos de comunicación son como vitrolas que pasan siempre los mismos discos. Los mismos temas, los mismos cantantes, los mismos ritmos musicales. Su agenda de debate siempre pasa por los mismos temas, personas y lugares. ¿Es que no hay otra forma de interpretar el mismo hecho? ¿No hay otras opiniones a las que podamos consultar? Es importante colocar otros discos en la vitrola. Con otras voces y otras músicas, con otras miradas de mundo.

Hoy es necesario y urgente que nuestra voz se escuche más fuerte. Y en más espacios. Y no gritando, sino dialogando.
Que esté presente en el debate público con argumentos y opiniones que tomen parte desde un lugar propio.



Ya no se trata de que alguno de nosotros “devuelva” la voz a quienes supuestamente no la tienen. Tenemos que construir, ladrillo a ladrillo. Se trata de generar procesos de participación que promuevan las voces de quienes día a día trabajan para mejorar el mundo desde su pequeño o gran lugar.

Quienes educan a los niños y niñas en la escuela, quienes luchan contra la contaminación de las industrias inescrupulosas, quienes alfabetizan a las personas que todavía no aprendieron a leer y escribir, quienes producen artesanías y se organizan en ferias comunitarias, quienes luchan por mejores condiciones laborales... Todos estos grupos pueden lograr que su voz llegue a más lugares y tenga incidencia en más personas.

Ensanchar los caminos de la comunicación, y si es necesario, construir nuevos caminos.

EN 1980, LA UNESCO PRESENTÓ EL INFORME MC BRIDE, DENOMINADO "UN SOLO MUNDO, VOCES MÚLTIPLES", QUE PROPONÍA MAYOR DEMOCRACIA EN EL ÁMBITO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.



¿Y cómo dar lugar a todas las voces?

Si hay una fábrica contaminando en las cercanías de un barrio popular, es importante que conozcamos la postura de la persona responsable de Medio Ambiente o Salud del Municipio, también la de algún responsable de la empresa. Pero sobre todo, nos interesa ir a hablar con las personas afectadas, conocer qué consecuencias está trayendo la contaminación, y conocer los espacios de reunión y acción conjunta que posiblemente se estén dando. Y, si es posible, apuntalar y fortalecer desde la comunicación los espacios de organización popular que se creen de forma legítima.

NO NOS QUEDEMOS SOLAMENTE CON LAS VOCES DE NUESTROS AMIGOS Y COLEGAS. ES IMPORTANTE DIALOGAR TAMBIEN CON AQUELLOS QUE NO SIMPATIZAMOS...



¿Y todo este rollo para qué?
¿No es éste un manual de entrevistas?

Claro, pero todo esto nos sirve para que sepamos que, al hacer entrevistas, estamos abriendo micrófonos democráticos, que son una necesidad y un derecho de los pueblos.

Sabemos que en muchos lugares de nuestra América Latina estos espacios están cerrados hace mucho tiempo. Que las organizaciones, los vecinos y las vecinas, los pobladores de las zonas más empobrecidas no están acostumbrados o acostumbradas a que les pregunten qué opinan sobre algún tema. Que esta situación hasta puede hacer pensar a las personas que su opinión no importa. O que no tiene autoridad para decir nada.

Las entrevistas son un ingrediente importante, pero no el único

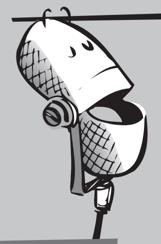
Muchas veces las opiniones salen desordenadas, o con enojo, o con expresiones tan duras que quizás sean difíciles de reproducir. Incluso, lo que expresa el pueblo muchas veces expresa las ideas de los poderosos...





Lo importante es que podamos incluir nuestras entrevistas dentro de un espacio articulado con otros argumentos, con nuestras propias opiniones y las de especialistas, y sobre todo con una idea clara de nuestra parte sobre el tema que estamos tratando. No podemos pretender que los testimonios por sí solos resuelvan nuestra producción, que es algo más amplio. Hay que poner manos a la obra de la radio con buenas ideas y trabajando en equipo.

Nuestra mejor herramienta es el conocimiento del entorno de las audiencias, el respeto por los contextos de cada información... Saber qué quiere ese otro, qué esperanzas tiene.... y desde allí crear la radio, imaginarla desde la misma realidad.







Escuchando se empieza

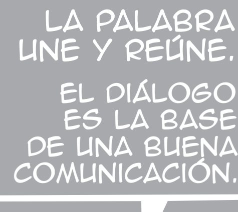
Ya dijimos, pero vale la pena recordarlo, que en comunicación es tan importante hablar como escuchar. Tener los oídos bien abiertos. Saber qué está pasando del otro lado: indagar, investigar, es la tarea fundamental del comunicador de la radio popular. Para llevar delante de mejor manera nuestra misión y nuestros objetivos políticos y culturales.

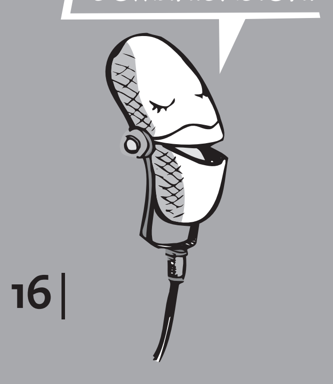


Hacer preguntas claras, precisas y comprensibles. Esto nos permitirá conocer mejor las realidades, sentirnos cómplices con los demás. Generando buenas preguntas más que dando buenas respuestas.

Son tantos siglos los que el pueblo ha estado oprimido, que valorar su opinión hasta se convierte en un hecho extraño, inédito. Basta fijarse qué pasa cuando un reportero o reportera anda con su grabador hablando con la gente en la calle, o en el mercado. ¡La gente se junta a curiosear, a escuchar, a comentar!

Para nosotros, ésta debe ser una tarea cotidiana. Porque valorar la palabra del pueblo es dar importancia a las personas como seres humanos que son, esa importancia que los poderosos niegan a quienes supuestamente son ciudadanos “de segunda”. El hecho mismo que ciertos sectores sociales desfavorecidos sean capaces de *decir*, teniendo espacio en la comunicación, para muchos puede ser peligroso. Porque esa palabra puede ser luego semilla del encuentro, de la organización... ¡del cambio!







Entonces... ¿cuál es nuestra tarea como comunicadores de la radio popular...?

De alguna manera, quienes hacemos educación y comunicación popular tenemos una tarea parecida a la de una partera... colaboramos a que la palabra del pueblo nazca.

El hecho de dialogar periódicamente con el pueblo sobre temas que le tocan de cerca, sea al vecino o vecina de a pie o sus organizaciones e instituciones legítimas, expresa un posicionamiento político.

La radio es un actor social

- Como tal, encuentra interlocutores e interlocutoras con quienes intenta dialogar sobre los temas y cuestiones que afectan la vida de la gente. Esos interlocutores son los ciudadanos y ciudadanas organizados o no, las autoridades políticas, los sectores empresarios, los que tienen alguna relevancia en la vida de la comunidad.

- Como actor social, tiene una apuesta. Tiene una visión y unos objetivos definidos internamente, y es portadora de intereses que tienen que ver con la lucha contra la pobreza, la desigualdad, la discriminación... a favor de una sociedad más justa y democrática.

NO SOMOS NEUTRALES!

¿Y para qué sirven las entrevistas?

Las entrevistas pueden ser muy útiles:

- Para **conocer** más profundamente un tema (ya que a veces se presenta de modo superficial y no se conocen a fondo sus causas y consecuencias)

- Para **movilizar** voluntades en relación a una cuestión pública (cuando es necesario informar a la comunidad y convocarla a la acción)

- Para **fortalecer** las identidades populares (cuando los pueblos se expresan, lo hacen en un lenguaje y de una forma que puede hacer que otros se identifiquen con él y se sientan motivados a expresarse también)

A través de la radio, el pueblo habla con sus propias palabras y desde su propio punto de vista. Este acto educativo nos va ayudando a desarrollar y promover el sentido de persona, el sentido de grupo, y el sentido crítico.

1. Sentido de persona

Cuando un vecino de un barrio popular, o una pobladora del campo escucha su propia voz o la de alguna persona cercana a través de la radio, se genera en ella un sentimiento de valoración de si misma, y de identificación con ese medio. Pero no de ser alguien extraordinario, sino afirmando que los medios de comunicación son fundamentalmente de la gente. Cuando el silencio se rompe –siempre que tengamos algo para decir– y emerge la palabra propia, comenzamos a tener sentido de nuestra identidad.



- Hagamos un listado de las personas y grupos que entrevistamos en la última semana.
- Evaluemos entre todos: ¿qué sectores sociales han sido representados? ¿A quiénes deberíamos entrevistar y aún no lo hemos hecho? ¿Por qué?
- Hacer un listado de ellos y dividirnos roles para realizar la tarea.

2. Sentido de grupo



Al escuchar a través de la radio lo que cuentan otras personas que hablan de la misma manera, con las mismas palabras, y se habla de las mismas inquietudes y preocupaciones, la sensación de aislamiento y de soledad sobre el destino personal va desapareciendo. Cada persona se va encontrando con que sus problemas son también los de otros y otras, y se va dando cuenta que si intenta salvarse sola será más difícil salir adelante. Incluso va reconociendo personas que tienen las mismas necesidades más allá de su barrio, su pueblo o su localidad. Cuando esta solidaridad se desarrolla y se canaliza estamos en camino de ir conformando el sentido popular.

3. Sentido Crítico

¿SIEMPRE HUBO POBREZA?
¿HAY UN ORDEN NATURAL DE LAS COSAS?
SI ESTAMOS ASÍ ¿ES PORQUE DIOS LO QUISO?

Al escuchar que hay otros y otras en realidades similares, que tienen esperanzas en muchos lugares tan cercanos como lejanos, que pelean, que tienen logros y también derrotas, e incluso viendo cómo hay países que eligen para gobernarse proyectos políticos populares, el vecino, la vecina, el campesino, el poblador, sienten que es posible cambiar el orden de cosas. Los cambios que suceden en otras latitudes –en lugares no tan remotos– y se comunican en la radio, permiten ir desarrollando un sentido crítico a nivel general, y la realidad cotidiana puede comenzar a verse como algo modificable.

Bueno, estamos de acuerdo. Estamos en el mismo bote. Pero...

¿Qué es exactamente una entrevista?







Básicamente, una entrevista es una conversación y un diálogo. En un diálogo siempre hay por lo menos dos, y en este formato se comunican a través de preguntas y respuestas.

Pero cuidado... una entrevista no es un interrogatorio. Es la posibilidad de tener una mirada compartida sobre un tema determinado a partir de ese diálogo.

Si nos fijamos en nuestra vida cotidiana, podemos usar diversos tipos de entrevistas, por ejemplo:

- Cuando estamos buscando empleo, nos encontramos con la entrevista laboral. Una persona del área de recursos humanos nos entrevista sobre nuestra formación, nuestra experiencia, nuestras cualidades, nuestras expectativas... y hasta cuánto pretendemos ganar con el empleo.

- Para elaborar estudios de mercado, muchas empresas hacen entrevistas en la calle o casa por casa, para conocer los gustos de los consumidores de un determinado producto, qué prefiere un ama de casa, o un empresario, o un trabajador...

Y TÚ QUÉ OTRAS ENTREVISTAS CONOCES, AMIGO!

- Cada diez años, generalmente, se realizan censos para conocer cómo ha cambiado la población, su edad, su composición familiar, sus ingresos... en general tienen forma de “encuesta”, es decir, se utiliza un formulario con las mismas preguntas a mucha gente.
- Las organzaciones sociales realizan consultas y entrevistas con las personas de la comunidad donde trabaja. Incorporando a su trabajo las visiones y aportes del pueblo, y al mismo tiempo, sumando e invitando a participar en el trabajo comunitario.

EN NUESTRO CASO, HABLAMOS DE UNA ENTREVISTA PERIODÍSTICA.

Uno de sus principales objetivos es **conocer más** sobre un determinado tema, personaje o hecho, que es **importante o relevante para** un conjunto de personas, que conforman **la audiencia** de nuestra emisora. Y en un sentido más amplio, que tenga sentido para quienes componen la comunidad, barrio, pueblo o ciudad donde estamos insertos.

Y también es la posibilidad de conversar y dialogar con la gente, para **devolver la importancia al encuentro** a través de la palabra, al diálogo cara a cara, para acercar a la comunidad a la radio y lograr que sea un lugar común de aprendizajes y de construcción de conocimientos.

Debemos tener en cuenta también que hoy en día lo que pasa en nuestra radio tienen públicos más amplios y lejanos, a quienes podemos llegar con las nuevas tecnologías como Internet. Entonces, debemos presentar cada entrevista sin dejar ningún detalle librado al azar.



Los 3 momentos de la entrevista

Comunicadores, comunicadoras, a tener en cuenta algo muy importante: la entrevista no comienza cuando encendemos el grabador y hacemos la primera pregunta. Comienza mucho antes, desde que definimos el tema, a quién vamos a entrevistar y cuál es nuestro objetivo con la misma.

Decimos entonces que existen 3 momentos: el antes, el durante y el después.

1. Antes de la entrevista

En primer lugar, es importante definir **cuál es el tema, personaje o hecho que será tratado en la entrevista** y luego emitido al aire. ¿Quién decide esto? Suponemos que nuestra emisora tiene definido un perfil editorial, es decir, que propone una línea periodística que, si bien es plural y democrática, tiene una intencionalidad clara. Esto quiere decir que la elección del tema, personaje o hecho nunca es azarosa. **El tema siempre está relacionado con el enfoque que tiene nuestra radio y con su misión y objetivos**.

Ahora bien, es importante que tengamos en cuenta que, si ofrecemos un abanico de voces diverso y plural, seguramente nuestra propuesta será más creíble y llegaremos a sectores de la opinión pública más amplios. En la elección, entonces, se expresará nuestra identidad como emisora y a la vez el perfil abierto de nuestra propuesta.

Por ejemplo, si en el programa informativo de la mañana la idea es cubrir un conflicto gremial, seguramente trataremos de entrevistar a algún delegado de los trabajadores pero también a algún representante del sector patronal. Incluso,

sería muy interesante poder tener una entrevista con ambos a la vez, para poder enriquecer el debate. Si esto no fuera posible, intentaremos contactar a cada uno por separado y luego acercar a nuestra audiencia ambos testimonios junto con las propias opiniones y el abordaje periodístico que creamos conveniente.



¿Entonces tenemos que "hacer oír las dos campanas"?

Mmm, algo así, pero no tanto. Esta idea de las dos campanas podría dejar ver que estamos "en el medio" de ambos sectores, a la misma distancia, dando una idea de "objetividad" que creemos imposible. Además, ¿quién dice que son solamente dos? Seguramente son muchas más.

Siguiendo con el "antes" de la entrevista...

Tendremos que tener en cuenta, entonces:

- a/ **Definir el tema, hecho o personaje**
- b/ **Seleccionar al entrevistado**
- c/ **Pensar y ordenar las preguntas**

En el punto a, un elemento a tener en cuenta es el de buscar previamente información relacionada con lo elegido. Notas en diarios, revistas, libros, Internet, incluso consultando con personas y organizaciones que conozcan de ello.



Por ejemplo, si el tema elegido es "Medio ambiente en nuestra comuna", podemos investigar si hay organizaciones sociales que estén actuando sobre la contaminación, el tratamiento de desechos, que nos orienten para armar una entrevista con el responsable de este problema dentro del Gobierno local.

HAY ENTREVISTAS DONDE BUSCAMOS UN DATO CONCRETO. POR EJEMPLO, SOBRE UN HECHO POLICIAL. EN OTRAS, BUSCAMOS LA RIQUEZA DE UNA EXPERIENCIA, DE UNA HISTORIA DE VIDA... EN OTRAS, EL PERSONAJE ENCIERRA UN GRAN VALOR: POR EJEMPLO UN FUNCIONARIO PÚBLICO EN RELACIÓN CON UNA NUEVA LEY, O UNA MEDIDA QUE AFECTA A MUCHOS (A QUIENES TAMBIÉN ENTREVISTAREMOS).

¡NO OLVIDES LAS REPREGUNTAS!

Si hablamos de un personaje, tratar de conocer su trayectoria, su historia previa, sus logros, y sobre todo qué aspecto de su personalidad puede ser más jugoso. Tanto si hablamos de un deportista exitoso de nuestra localidad como alguno de los vecinos que comenzaron a asentarse en ella, no podemos armar nuestras preguntas "desde cero".

Sobre la selección del entrevistado o entrevistada (punto b), seguramente tendrá que ver con el tema que estemos abordando desde nuestra emisora, entonces como es lógico buscaremos personas relacionados con éste. Pero atentos y atentas: no siempre las opiniones son las mismas, deberíamos intentar tener varias miradas para que tanto nosotros como nuestras audiencias puedan formarse su propia opinión.

¿Y las preguntas para cuándo?

La última etapa del "antes" de la entrevista es el armado mismo de las preguntas que realizaremos. Este **"cuestionario"** no debe ser rígido, ni inamovible. Seguramente a medida que vayamos realizando la entrevista aparezcan datos que no tuvimos en cuenta, y para que la conversación no pierda el hilo y la gracia tendremos que agregar nuevas preguntas que profundicen en alguno de los aspectos mencionados por el entrevistado.

Estas preguntas "invisibles" son conocidas como **re-preguntas**, y son un elemento fundamental de toda entrevista. Incluso, suelen darnos más y mejores datos que las preguntas organizadas previamente. En todo caso, la re-pregunta surge cuando tenemos un esquema ordenado que puede ser modificado pero sabiendo de dónde partimos y a dónde queremos llegar.

Para realizar el cuestionario, nunca está de más recurrir a las preguntas básicas del periodismo:



EL POR QUÉ Y EL PARA QUÉ NOS PERMITEN CONOCER MUCHO MÁS A FONDO LAS CAUSAS Y LAS CONSECUENCIAS DE LOS HECHOS. NO NOS SIRVE SABER QUE "HAN INAUGURADO UNA NUEVA FÁBRICA" SI NO AVERIGUAMOS POR QUÉ EN ESE LUGAR, EN ESE MOMENTO, CON QUÉ BENEFICIOS, CON QUÉ APORTE A LA ECONOMÍA DEL LUGAR.

Estas preguntas pueden ser buenos disparadores si las tomamos simplemente como una guía. **No deberíamos adoptarlas como una receta** creyendo que, por ejemplo, si hacemos una pregunta al entrevistado con cada una de ellas ya está armado el cuestionario. Son orientadoras, y es bien útil tenerlas a mano. Pero no nos garantizan que lleguemos al dato clave, o a la anécdota profunda, que probablemente sean el verdadero "jugo" de la entrevista.

¡A preparar los equipos!

¿Qué sería de nosotros, radialistas, sin nuestra grabadora? Como un tenista sin su raqueta, como un cocinero sin su sartén...

Por eso es que siempre tenemos que tener en cuenta:

- Tenerla siempre a mano, no buscarla a último momento.
- Que tenga **pilas** nuevas o con poco uso (en el caso de la que se conectan a la PC o a la electricidad, que estén al tope de su energía).
- Que tenga suficiente **memoria** (o cinta en el casette)
- Si tiene **micrófono** externo, tenerlo a mano y en buenas condiciones (éste permite tener un lugar tranquilo y sin tanta interferencia para realizarla).
- Si utilizamos nuestro teléfono celular, asegurarnos que tenga memoria y batería suficiente.

¿Y listo?

Sí. O casi. No olvidemos presentarnos con el entrevistado, y que éste sepa:

- Nuestro nombre y el de la emisora
- El tema y objetivo de la entrevista
- El tiempo de duración aproximado

2. Durante la entrevista



Es muy importante que el protagonismo de la entrevista la tenga el o la entrevistado. Nosotros abrimos el juego, lo organizamos, pero es importante que nuestras preguntas sean breves y las respuestas lo más profundas posibles. Es útil llevar una libreta e ir anotando movimientos, gestos, quizás palabras o frases del entrevistado, a veces este tipo de notas nos permiten hacer una mejor redacción del personaje que se entrevistó, del sitio que visitamos, de la situación que conocimos...

Por eso te sugerimos:

TEN CLARAS LAS PR**E**GUNTAS CLAVE
CREA UN CLIMA DE CO**N**FIANZA CON EL ENTREVISTADO
ESCUCHA ATENTAMEN**T**E SUS RESPUESTAS
REP**R**EGUNTA SOBRE LO MAS JUGOSO
HABLA EN LENGUAJ**E** CLARO Y SENCILLO
NO TE **V**AYAS POR LAS RAMAS
NO HAGAS UN **I**NTERROGATORIO
NO DETERMINE**S** LA RESPUESTA CON TU PREGUNTA
MANTEN UN **T**ONO VIVO, AGIL Y ANIMADO
REALIZ**A** UN BUEN CIERRE DE LA ENTREVISTA

3. Después de la entrevista

¿Cómo te fue en el trabajo, amiga, amigo? ¿Preguntaste todo lo que querías saber? ¿Te quedó algo sin responder? ¿Dejaste hablar al entrevistado? ¿Interrumpiste? A no preocuparse, que a entrevistar se aprende... entrevistando. Ahora bien, nos toca la tarea de editar.



- Definamos un tema o problema que preocupa a nuestra zona.
- En grupo, cada uno elige una persona o grupo a entrevistar sobre aquel.
- Cada uno formula una serie de preguntas, no más de diez.
- Sobre el final lo compartimos y comentamos juntos, a la luz de los contenidos de esta cartilla.

¿Conoces algo de edición?

En este momento tienes que **seleccionar lo mejor de la entrevista**, teniendo en cuenta el tiempo que se destinará al aire, y los momentos que creas más sabrosos de la misma. Pero no pienses solamente en ti, que la estuviste viviendo, sino en tu audiencia y en el programa que saldrá al aire.

Editar es un trabajo de recorte y selección, para la elaboración de la pieza final. Pero atención, no es simplemente "cortar y pegar". Necesitamos un criterio de edición que está orientado por nuestra propuesta comunicacional.

Algunos consejos

- Conocer previamente el tiempo que se le dedicará a la entrevista.
- Conocer el tipo de programa en que saldrá al aire.
- Descartar las repeticiones y silencios (salvo en los casos que éstos agreguen al clima de la misma o aporten nuevos datos).
- En algunos casos (sobre todo en los informativos) descartar nuestras propias preguntas e intervenciones

- Como editar lleva tiempo, no hagas una entrevista demasiado extensa si solamente le dedicarán luego dos minutos.

- Archivar ordenadamente los testimonios en la PC, así son de fácil acceso para otros compañeros de la radio y para que sean archivadas correctamente. Esto facilita que se utilice en otros programas y producciones especiales.



Tipos de preguntas

Podemos encontrar tres formas que son las más usuales:

- **DE ACLARACIÓN**
  Nos sirven para conocer más datos sobre el tema que se está tratando. O para aclarar alguna respuesta que pueda haber sido confusa.
  Por ejemplo: *¿A qué hora se produjo el hecho? ¿Cuál es el nombre del funcionario involucrado?*

- **DE ANÁLISIS**
  Podemos usarlas para comprender mejor un problema o asunto, y tratar de averiguar sus causas.
  Por ejemplo: *¿Qué originó la huelga? ¿Cuál es la posición de la empresa?*

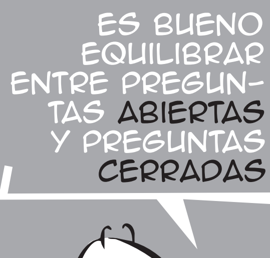
- **DE ACCIÓN**
  Sirven para convocar a la acción, para promover la participación de la audiencia en la resolución del asunto tratado.
  Por ejemplo: *¿Dónde se reunirán y cuándo para tratar el proyecto de ley? ¿Con quién pueden contactarse los interesados?*

También existen preguntas cerradas y abiertas

Las **preguntas cerradas** solamente pueden contestarse con un sí o con un no. O con un dato muy específico (un número, un nombre propio, etc.)



Las **preguntas abiertas** requieren de respuestas más amplias, donde el entrevistado puede desarrollar mejor su opinión o pensamiento.









Nuestros entrevistados y nuestras entrevistadas muchas veces facilitan la entrevista ya que se muestran sueltos en sus respuestas, aunque a veces eso no pasa y tenemos que agudizar nuestro ingenio para repreguntar. O en otros casos la persona puede contestar cada pregunta con un monólogo larguísimo, entonces tendremos que saber intervenir para que no se pierda el hilo de la entrevista.

LES RECOMENDAMOS una buena combinación entre ambas (preguntas abiertas y cerradas**), en lo posible tratando de aprovechar más las abiertas, ya que nos dan elementos más amplios para el análisis.**

Tipos de entrevistadores

Seguramente hay diversos tipos de entrevistadores y entrevistadoras. Con todo respeto, les presentamos algunos personajes que nos muestran algunos errores que sería bueno evitar.
Como nuestra tarea es educativa, confiamos en que esta cartilla puede ayudar a que estos amigos y amigas puedan ir mejorando en esta tarea tan rica como es la de entrevistar.

1 • Entrevistador improvisado



Este es un personaje peculiar. Trabaja en una emisora popular, pero también en un periódico local y en una página web. También colabora en el puesto de la feria de su abuelita. Siempre está corriendo y a veces hasta se olvida de a quién tiene que entrevistar.

Es un poco distraído, y más de una vez se le olvidó presionar el botón de REC de la grabadora.
Casi nunca prepara las preguntas, cree que al

haber hecho tantas entrevistas en su carrera de comunicador popular ya las tiene todas en su cabeza (como así también las respuestas que quiere escuchar).

¡NO OLVIDES QUE ESTÁS REPRESENTANDO A LA EMISORA A LA QUE PERTENECES!

Por eso

- **Tómate tu tiempo para preparar la entrevista.**
- **Chequea la grabadora.**
- **¡Llega a tiempo!**

El Entrevistador Improvisado suele llegar un poco tarde a las citas con sus entrevistados. Es por eso que más de una vez la emisora perdió sus contactos clave por haberlos dejado esperando demasiado.





2 • Entrevistadora Nerviosa

Sobre todo en aquellas personas que están comenzando a dedicarse a la valiente tarea de la comunicación, suele suceder que los nervios jueguen una mala pasada. ¿A quién no le ha sucedido quedar con la mente en blanco al iniciar una entrevista? ¿Perder de vista las preguntas, el tema, y dónde está el botón rojo del REC de la grabadora que tenemos frente a nuestras narices?. Valdría hacer una prueba con nuestra propia voz para verificar que estamos grabando.



Si la entrevistadora está nerviosa o tensa, es probable que estos nervios se trasladen al entrevistado. O que éste se fastidie.
Si es necesario, podemos charlar informalmente con el entrevistado antes de comenzar, para aflojar un poco la tensión y la ansiedad. Además, esto sirve para ir creando un clima de cercanía y confianza con la otra persona, lo que permitirá un mayor contacto con ella y por ende lograr mejor información.

NO HAY REMEDIO MEJOR PARA LOS NERVIOS QUE EL TRABAJO EN EQUIPO. NUESTRAS PRIMERAS ENTREVISTAS PODEMOS HACERLAS CON ALGÚN COMPAÑERO QUE TENGA MÁS EXPERIENCIA, Y EVALUAR JUNTOS DESPUÉS.



En estos casos aparecen también las denominadas “muletillas”. Se llaman así a las expresiones de **“Eeeeh...”, “Buenoooo...”, “Esteeeee...”** que no hacen más que volver a la entrevista en un chicle sin contenido (y sin sentido).

También pueden aparecer momentos de silencio, **baches**, que si bien luego pueden editarse, interrumpen el hilo conductor de la entrevista y ésta se puede convertir en un aburrido interrogatorio de preguntas y respuestas.
O lo que es peor, que la entrevista quede “acartonada”, donde ya se sabe de antemano lo que se va a preguntar y las respuestas son puras frases hechas.

¡ENTONCES ENSAYAMOS COMO EN TEATRO!

Nada de eso. Esto es realidad pura, y cuanto más espontáneo sea mayor riqueza tendrá para nuestra comunicación radiofónica. Ensayar, en definitiva, mata la naturalidad del diálogo. Además, si uno ensaya, al momento de grabar será tan poco creíble que los oyentes creerán estar escuchando un aburrido radioteatro.

¿PODEMOS ENTONCES IR PARANDO LA ENTREVISTA PARA DESCANSAR O CORREGIR?

Mejor no. Salvo en casos muy extremos, donde sea necesario volver a empezar. Si lo hacemos, que sea con la “pausa” de la grabadora, para que se registre en la misma pista (en el caso de las digitales) y para evitar el ruido del botón (en las de casettes).
Si es necesario, podemos pedir a algún compañero de la emisora que nos acompañe a la entrevista. Siempre y cuando dos personas no intimiden al entrevistado.

3 • Entrevistador estrella

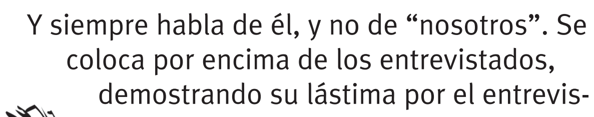
Son realmente insoportables. Conocemos a muchos. Son los entrevistadores que piensan que el centro de la entrevista son ellos. Que hacen las mejores preguntas. Casi siempre no son preguntas, son largos discursos que terminan en un "¿no le parece?"



Su ombligo es la parte del cuerpo que más aprecian. Miran más allí que en la realidad que tienen alrededor. ¡A veces hasta se olvidan que tienen una persona enfrente a quien entrevistar! O incluso subestiman al entrevistado, desacuerdan con sus respuestas, las cuestionan, las contradicen. En definitiva, les faltan el respeto.

Otro defecto de estos colegas es la interrupción. Ya sea para manifestar su acuerdo o desacuerdo, suelen superponer su voz con la del entrevistado y cortar sus respuestas, que son lo más importante de la entrevista.

O también, emitiendo palabras de afirmación sobre lo que va escuchando, que van quedando grabadas sobre las respuestas y luego son imposibles de editar: "claro", "sí", "es cierto", "¡muy bien!". Al momento de la edición, si nos ponemos a cortar y pegar, no nos quedará casi nada.



Y siempre habla de él, y no de "nosotros". Se coloca por encima de los entrevistados, demostrando su lástima por el entrevistado y la posibilidad de "ayudarlo" a través de la entrevista. Esta actitud "filantrópica" no es más que una muestra de paternalismo. La radio, más que para ayudar, está para construir un proyecto en conjunto con aquellos que se encuentran marginados, excluidos o empobrecidos. Con quienes quieran construir una sociedad justa y democrática. El ponerse "por encima" sólo favorece la exclusión.

4 • Entrevistador sordo

Los nervios, la ansiedad, lo que pensarán los compañeros de la radio cuando escuchen la entrevista... a veces provocan en algunos entrevistadores solamente estar preocupados por lo que tienen que preguntar y no por lo que el entrevistado está diciendo. A veces, termina la entrevista y vuelven a preguntar el nombre y la organización a la que pertenece, cuando estos datos habían sido dichos al comienzo.

El no escuchar dificulta una conversación animada, predispone mal al entrevistado e imposibilita un diálogo rico en elementos para nuestra audiencia. Se hace la entrevista por obligación.

Hay que escuchar atentamente al entrevistado. De esta manera evitaremos hacer varias veces las mismas preguntas, ya que muchas veces las respuestas del entrevistado ya contienen parte de lo que habíamos previsto preguntar luego. Entonces si estamos atentos ganamos tiempo y evitamos repeticiones.

EL ORDEN DE LAS PREGUNTAS, RECORDEMOS, ES IMPORTANTE SIEMPRE Y CUANDO TENGAMOS EN CLARO EL TEMA Y EL OBJETIVO DE LA ENTREVISTA. NO SIRVE DE NADA HACER LAS PREGUNTAS UNA POR UNA SI NO HEMOS LOGRADO RE-PREGUNTAR SOBRE AQUELLAS CUESTIONES QUE NO FUERON RESPONDIDAS PROFUNDAMENTE POR NUESTRO ENTREVISTADO.



- Elijamos dos entrevistas que tengamos grabadas, para compararlas.
- Escuchémoslas en grupo y evaluemos si hay algún elemento de los personajes mencionados en la cartilla.
- Señalemos los aspectos positivos y negativos de las mismas.

5 • Entrevistadora enredada

SI TUVIERA LA OPORTUNIDAD DE DECIRLE A LOS OYENTES DE NUESTRA RADIO, QUE ES MUY ESCUCHADA EN LA ZONA SUR DE LA CIUDAD, DONDE EXISTEN LOS MAYORES NIVELES DE DESNUTRICIÓN INFANTIL Y ANALFABETISMO, DONDE ADEMÁS TRABAJAMOS CON TODAS LAS FUERZAS VIVAS DE LA COMUNIDAD, Y ESTAMOS REALIZANDO UN FESTIVAL PARA EL DÍA DEL NIÑO PRÓXIMAMENTE, NO RECUERDO SI EL SÁBADO O EL DOMINGO, QUÉ OPINA DE LO QUE ESTAMOS CONVERSANDO?

Y... DE QUÉ ESTAMOS CONVERSANDO...

Las preguntas en una entrevista radiofónica deben ser breves y claras. No podemos hacer preguntas sobre “la existencia humana” cuando lo que tenemos que cubrir son hechos y situaciones concretas y perceptibles por la audiencia.

¡Es importante hacer de a una pregunta por vez!

Las preguntas demasiado amplias apabullan al entrevistado y lo desorientan...

-¿Qué concepto de cultura popular cree que existe en el mundo actualmente?

Y las demasiado académicas pueden hacer sentir mal al entrevistado.

-¿No cree que los actores sociales de la sociedad civil se encuentran en lo que algunas teorías denominan como procesos de fragmentación de nueva escala?

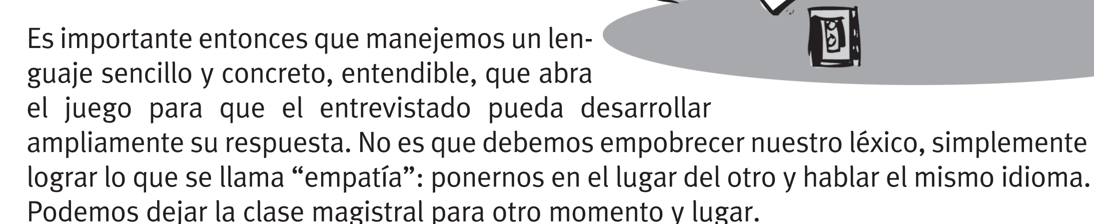




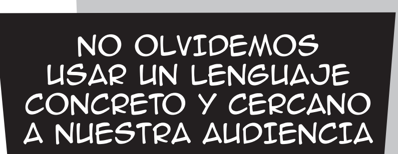
Si tenemos preguntas con un grado de abstracción importante, pensemos si debemos hacerlas o no. Si las hacemos, quizás sea mejor guardarlas para el final de la entrevista donde ya hemos abordado otros temas más concretos. Y tengamos en cuenta a nuestra audiencia ante todo.
Si quien elabora una frase enredada es el entrevistado, podemos pedirle aclaraciones a través de nuevas preguntas.

6 • Entrevistador culto

¿Está mal ser culto? En principio no. Pero tenemos que evitar lucirnos nosotros como entrevistadores demostrando toda nuestra sabiduría de manual. El conocimiento y la cultura no están solamente en los libros. De hecho, hacer una entrevista tiene que ver sobre todo con enriquecernos y construir nuevos conocimientos.



Es importante entonces que manejemos un lenguaje sencillo y concreto, entendible, que abra el juego para que el entrevistado pueda desarrollar ampliamente su respuesta. No es que debemos empobrecer nuestro léxico, simplemente lograr lo que se llama “empatía”: ponernos en el lugar del otro y hablar el mismo idioma. Podemos dejar la clase magistral para otro momento y lugar.



*** Te sugerimos ver la cartilla sobre Lenguaje Popular de esta misma colección**

Es probable que quien se “vaya por las ramas” sea el propio entrevistado. Entonces será nuestra tarea “bajarlo a tierra” poniéndonos ahora en el lugar de nuestros oyentes, de modo que sea lo más claro posible el mensaje de nuestro invitado. Haciendo, claro, todas las preguntas aclaratorias que sean necesarias.

7 • Entrevistadora manipuladora

Este es otro caso bien conocido, el del comunicador convencido que mas que entrevistar a una persona pretende que ésta le diga lo que él quiere escuchar. Sencillamente porque no acepta opiniones diferentes a la suya.

Se nos presenta aquí el caso de las famosas preguntas “dirigidas”, que llevan en su misma enunciación la respuesta que se quiere escuchar.

Todas ellas son **afirmaciones disfrazadas de preguntas**.



Es importante que nuestra propia opinión no sea impuesta al entrevistado, de forma tal que éste se sienta impedido de decir algo diferente, ya sea por respeto o por vergüenza. Nuestra entrevista tiene una orientación, pero no quiere decir que "enlatemos" la respuesta del otro. Para eso, elaboramos un comentario editorial y ya.



8 • Entrevistador fúnebre

La parsimonia con que muchos entrevistadores encaran su tarea puede darle a la nota un tono de cementerio o de velorio. La atención del oyente tarda poco tiempo en decaer, como así también el interés por el tema a tratar.

Podemos caer en el error de fatalizar la realidad, sin dejar la posibilidad de posibles salidas a situaciones difíciles con las que a diario nos enfrentamos: la falta de trabajo, la injusticia social, la pobreza, la violencia... La esperanza tiene que animar nuestra tarea siempre.

Ya bastantes problemas tiene la gente como para, encima, tener que soportar un programa pesado. Nuestro tono debe ser alegre y entusiasta, sin dejar de lado la seriedad en el manejo de la palabra.

Es por eso que no debemos olvidar el recurso del humor y la risa, de la pregunta pícara e inventiva que le pone condimento a la comunicación y la vuelve un alimento para la vida.



9 • Entrevistadora metralleta

En este mismo material decíamos que una entrevista no es un interrogatorio. Tiene preguntas que esperan respuestas, sí, pero tampoco es una partida de ping pong.

Si queremos que la entrevista sea realmente un diálogo constructivo, tenemos que tener en cuenta que los tiempos del otro son fundamentales. Nadie debe sentirse atacado frente a una entrevista.

¿No tenemos tiempo? ¿Las respuestas son lentas? ¿Nos hacen esperar? Paciencia, amiga. Es una cualidad fundamental del buen comunicador.

Si la entrevista es en forma de "metralleta", en definitiva podemos hacer sentir al entrevistado que lo único que pretendemos de él es obtener información, sin valorar su condición de ser humano. Si solamente extraemos datos, el entrevistado no tomará esa acción como útil para él. Simplemente estará brindando un servicio a otros sin darle mayor importancia.

Es por eso que el "antes" que mencionábamos antes es fundamental. Una buena introducción, con una sonrisa, intentando lograr empatía, nos abrirá la puerta de la confianza, indispensable para una entrevista rica en información pero también en experiencia de vida.

Otro tema, el micrófono y la grabadora. Muchas veces estos elementos inhiben muchísimo la palabra del entrevistado. Tenemos que tratar de que –aclarando que estamos grabando- éste pase lo más desapercibido posible, enfatizando en la importancia del diálogo cara a cara. Ni pegado a la boca ni a 3 metros, a una distancia que consideres prudencial. Si cuentas con un micrófono "corbatero" (de los que se enganchan en la camisa), será grandioso.

LA PACIENCIA ES UNA GRAN COMPAÑERA.
A VECES LO QUE QUEREMOS AVERIGUAR, O LO MÁS RICO DE UNA ENTREVISTA, SURGE LUEGO DE UN RATO DE CONVERSACIÓN.



10 • Entrevistador dormido

Puede sonar un poco fuerte… un poco dormido, tal vez.

A veces podemos caer en el error de creer que hacer radio es solamente abrir el micrófono y “que sea lo que Dios quiera”. O tenemos el sentimiento de culpa de no intervenir por pensar que estaremos interrumpiendo. Pero como todo en esta vida, necesita organizarse para que salga bien.

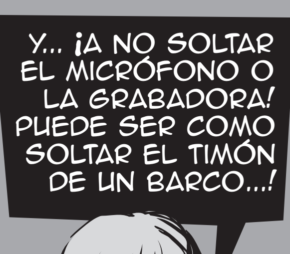
Como entrevistadores somos los conductores, orientadores de la entrevista. No venimos con la mente en blanco a ver si el entrevistado nos resuelve la tarea porque habla bien y mucho. Nada de eso.

Es importante:

- **Interrumpir si el entrevistado se fue de tema**
- **Pedir que aclare si su respuesta es confusa**
- **Pasar a otra pregunta cuando se contestan más de una vez las mismas cosas**

Es importante tener en cuenta que las audiencias son sensibles también a los enredos de palabras y a redundar demasiado con el mismo tema… y son muchas las opciones para cambiar el dial.

La actitud del entrevistador tiene que ser de cierta firmeza, con personalidad para orientar el diálogo e interrumpir o repreguntar cuando lo crea conveniente. Incluso puede usar sus gestos, sus manos, para moderar la conversación.





comentarios de cierre

¿Te identificas con alguno de estos modelos de entrevistador?

A no preocuparse, que nadie es perfecto y todos tenemos algo para corregir. En estas figuras caricaturescas intentamos evitar errores que pueden surgir a la hora de realizar nuestra tarea.

Porque la entrevista nos da la oportunidad de que la gente, el pueblo, el ciudadano de a pie, pueda expresar de primera mano sus opiniones, opciones e intereses y hacerlas públicas a través de la radio.

Esa palabra durante mucho tiempo acallada, silenciada, perdida entre los infinitos mensajes que los medios de comunicación nos ofrecen cada día. Y que muchas veces nos marean, llevando nuestra atención hacia muchos temas, personajes y lugares que no tienen en cuenta los problemas de las mayorías del continente.

En la entrevista abrimos los oídos de la radio a las voces de las organizaciones, los vecinos y vecinas, los pobladores que sufren la contaminación, el desempleo... y también aquellos grupos que cumplen objetivos y logran éxitos que no son considerados importantes para los grandes medios. Porque no solamente de problemas está hecha la vida cotidiana del pueblo.

Y allí es donde la radio, con su presencia pública, puede contribuir a hacer más visibles muchas cuestiones que parecen no existir, simplemente por no ser noticia. Al entrevistar abrimos las puertas de la radio a muchas realidades que de otra manera parecen invisibles.

Hay mucho para aprender si de entrevistas se trata. Este manual puede ser de gran ayuda, pero no te olvides: a entrevistar se aprende entrevistando. Si podemos evaluar en equipo, iremos mejorando cada vez más nuestra tarea enriqueciendo la propuesta radiofónica de nuestra emisora.

¿cómo usar este manual?

1. ¡A LA CALLE MIS VALIENTES!

Se eligen dos o tres temas de actualidad. Sin instrucciones previas, todos los participantes son enviados a la calle. Cada uno hará una entrevista individual de aproximadamente dos minutos. Regresan, se escuchan las entrevistas y se evalúan según las sugerencias de este manual. Luego salen nuevamente a la calle a hacer nuevas entrevistas, incorporando los comentarios realizados anteriormente.

2. ¿EN CUÁL TE VES?

Diez voluntarios (si el grupo es más pequeño pueden ser cuatro, o cinco) representarán brevemente los tipos de entrevistadores que proponemos en esta cartilla. Luego, cada uno de los participantes dice con cual de ellos se reconoce más y por qué. Entre todos, se elaboran sugerencias para corregir los rasgos más negativos.

La propuesta de comunicación y educación que te propone esta serie de manuales tiene la intención de ser útil para todos y todas quienes quieran capacitarse en forma individual y también colectiva. Es por eso que los invitamos a leer estos materiales en grupo, comentando sus contenidos y relacionándolos con sus prácticas cotidianas. Para esto les sugerimos algunas actividades que pueden realizar con los integrantes de sus equipos, o en talleres que realicen en sus respectivos espacios.

3. SIMULACROS

Se propone un voluntario que oficiará de entrevistador. Se le comenta que asistirá a la radio para ser entrevistado un personaje de la comunidad, que será representado por otro participante. El coordinador dará las directivas de quién es: un dirigente comunitario, por ejemplo, que se está ocupando de que el municipio conecte la luz en la localidad. También le sugerirá cómo es su personalidad: charlatán, callado, agresivo, etc., para que el entrevistador pueda desenvolverse en cualquiera de estas situaciones. Luego se evaluará en equipo el desarrollo de la entrevista, y comenzamos nuevamente la ronda con otro entrevistador, otro entrevistado y una nueva consigna.

4. ADIVINE EL PERSONAJE

Un participante elige un personaje de la historia o de la actualidad. El grupo le hará preguntas cerradas (recuerda, de sí o no) hasta descubrir de quién se trata. Quien lo adivine, pasa a pensar un nuevo personaje. Si el grupo falla diez preguntas, pierde. Este juego ayuda a pensar el orden y la precisión de las preguntas. Puede realizarse con una variante: todo el grupo sabe el personaje, salvo uno que deberá adivinarlo.

manuales de capacitación **en radio popular**

1/la entrevista



asociación latinoamericana de educación radiofónica